À votre service depuis 1994!

LE Lien MULTIMÉDIA

Prochain bulletin-PDF:
10 janvier 2011

D'ici là, rendez-vous
sur www.lienmultimedia.com

JOYEUSES FÊTES !

L'hebdo-pdf du multimédia et des nouveaux médias au Québec — Vol. 17 nº 03 — [20 déc. 2010 - 9 janv. 2011]

OFFRES D'EMPLOIS

Détails et autres annonces:
www.lienmultimedia.com/emploi

Collège de Bois-de-Boulogne ch. conseiller-ère en comm. webmestre

Sous l'autorité de la coordonnatrice du service des communications, le webmestre assure le développement du site Web ainsi que d'autres médias interactifs de communication externe et interne. Il conseille, anime et soutient le personnel impliqué dans la mise à jour et le développement du site (intranet, extranet). Il exerce une veille technologique afin de soutenir l'évolution des modes de communication électroniques au Collège. Traitement: 36 728 $ à 67 626 $/annuel, selon la scolarité et l'expérience. CV à drh@bdeb.qc.ca.

Beebop Studio recherche un(e) coordonnateur de post production

Personne bilingue autonome, dynamique et motivée avec beaucoup d'entregens. Vous devez avoir une bonne capacité à travailler sous pression avec des délais très serré. Vous travaillerez en étroite collaboration avec la responsable de post production. CV à vgareau@beebop.tv

Wild Games Studio ch. un programmeur jeux vidéo

Détenir un DEC en informatique ou toute autre formation jugée pertinente; Connaissance de: Objective-C, C ou C++ , C#, java, javascript. Connaissance de l'engine Unity, du SDK iPhone et de Xcode un atout. Bonne connaissance des jeux vidéo un atout. Poste permanent à temps plein 37,5 heures semaine, du lundi au vendredi. Salaire à discuter. Participation au profit de l'entreprise. Faites-nous parvenir votre curriculum vitae à contact@wildgamestudio.com ou contacter nous au 450-417-1440.

JFL Média ch. formateur Adobe Flash

Pour: Montréal, Ottawa, Toronto, Québec. JFL Média est un centre de formation en médias interactifs. Nous offrons des formations personnalisées pour les particuliers et les entreprises. Nous sommes à la recherche d'enseignants pour donner des cours Flash à Montréal. La connaissance d'ActionScript 3 est un atout. cv@jfl-media.com

Carrefour francisation, un portail pour faciliter la francisation des petites entreprises montréalaises

Le lundi 13 décembre en matinée, les ministres Christine St-Pierre, Kathleen Weil et Raymond Bachand, ainsi que Michel Leblanc, président et chef de la direction de la Chambre de commerce du Montréal métropolitain (CCMM), étaient rassemblés à la Boutique Demison, boulevard St-Laurent, à Montréal, pour présenter le tout nouveau portail Carrefour francisation, un guichet unique où les entreprises de 50 employés et moins peuvent dorénavant obtenir toutes les informations sur les multiples programmes offerts par les organismes gouvernementaux pour les aider à mieux servir leur clientèle en français dans la métropole.



Michel Leblanc, Christine St-Pierre, Kathleen Weil et Raymond Bachand

Ce portail, développé par l'agence montréalaise TP1, est un des résultats du travail entrepris dans le cadre de la Stratégie commune d'intervention pour Montréal 2008-2013, un chanter démarré lors du Rendez-vous des gens d'affaires et des partenaires socioéconomiques qui a réuni partenaires économiques, syndicaux et gouvernementaux en octobre 2008. Ce rendez-vous visait à «faire en sorte que le français puisse progresser à Montréal», a rappelé la ministre de la Culture, des Communications et de la Condition féminine et ministre responsable de la Charte de la langue française. Carrefour francisation a pour but d'«accompagner les entreprises et de consolider le caractère français de Montréal», a ajouté la ministre St-Pierre.

Le site propose des informations sur la francisation des petites entreprises et sur le soutien financier mis à leur disposition pour offrir des cours de français aux employés et franciser les outils informatiques. Une section permet aussi d'apprendre et d'utiliser le français en expliquant les différents cours offerts par le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles (MICC) en salles ou en ligne. Les entreprises y trouveront des outils pratiques pour la rédaction et la communication écrite, des modèles de correspondance, des informations sur le protocole téléphonique ainsi que des outils linguistiques et terminologiques. Enfin, une autre section donne accès à toute l'information sur les droits et obligations des consommateurs, des employés et des employeurs.

«Ce Carrefour francisation démontre l'engagement de la communauté d'affaires, a pour sa part souligné le chef de la direction de la CCMM. Ce guichet unique a été conçu dans le but de répondre à des besoins réels.» Des groupes de discussions ont été organisés pour en arriver à la plateforme qui vient d'être lancée. Il s'agit d'«un site Web conçu pour les utilisateurs», a ajouté Michel Leblanc. Un service téléphonique, au 514-940-1633, a aussi été instauré sous l'égide du ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles pour relier les entrepreneurs à des préposés aux renseignements pour les mettant en communication avec la bonne ressource, et ce, en 15 langues différentes, auxquelles d'autres pourraient s'ajouter.

Pour la ministre St-Pierre, il n'y a pas péril en la demeure pour le français à Montréal et au Québec. Elle a tenu à rappeler que 94 % des gens au Québec qui ont répondu au recensement fédéral disent pouvoir tenir une conversation en français. Selon elle, les petites entreprises, souvent familiales, ont surtout besoin de soutien et de ressources pour se franciser.

[Sophie Bernard]

Le Lien MULTIMÉDIA
vol.17 no 03 - 20 décembre 2010

Du nouveau tous les jours
sur www.lienmultimedia.com

igda international game developers association
Montreal Chapter
http://igda.org/montreal/

Yahoo! ferme Delicious, Altavista, MyBlogLog, Yahoo! Bookmarks, alltheweb et Yahoo! Picks

Effervescence dans les réseaux sociaux le jeudi 16 décembre en fin de journée: Yahoo! s'apprêterait à fermer plusieurs de ses services. Selon une image diffusée sans la permission de l'entreprise, Delicious, Altavista, MyBlogLog, Yahoo! Bookmarks, alltheweb et Yahoo! Picks alors que FoxyTunes, Sideline, FireEagle, Yahoo Events et Yahoo People Search seraient fusionnés.

Yahoo! avait déjà confirmé, le mercredi 14 décembre, que 600 employés allaient être mis à pied, parmi lesquels toute l'équipe de Delicious. Liz Gannes, reporter pour NetworkEffect est allée à la source. La réponse de Yahoo! est une illustration parfaite du langage alambiquée des relationnistes: «Part of our organizational streamlining involves cutting our investment in underperforming or off-strategy products to put better focus on our core strengths and fund new innovation in the next year and beyond. We continuously evaluate and prioritize our portfolio of products and services, and do plan to shut down some products in the coming months such as Yahoo! Buzz, our Traffic APIs, and others. We will communicate specific plans when appropriate.»

En clair: oui Yahoo! s'apprête à couper dans plusieurs services et à transformer d'autres, tel que la diapositive le prouve.

[Sophie Bernard]

Les sphères polaires envahissent le Quartier des Spectacles

Lucion média, une entreprise de scénographe médiatique de Montréal, a mis sur pied l'exposition d'art public Sphéres Polaires, une des trois installations du projet Luminothérapie à la disposition du public à différents endroits au centre-ville de Montréal. «Nous avons été inspirés par les boules que l'on brasse pour remuer la neige à l'intérieur, explique Bernard Duguay, DG de Lucion Media. On voulait recréer ce type d'enchantement à plus grande échelle.» L'exposition se tient au Quartier des spectacles du 15 décembre au 27 février. Le Lien MULTIMÉDIA s'est entretenu avec Bernard Duguay.



Pour varier les expériences des spectateurs, Bernard Duguay et son équipe ont imaginé trois différents thèmes: l'hiver urbain, lumières d'hiver et jeu d'hiver. «Au départ, nous voulions créer une expérience hautement technologique où des caméras infrarouges auraient permis aux gens d'utiliser les sphères comme des canevas, mais le temps dont nous disposions était trop court pour s'assurer que l'installation fonctionne parfaitement, dit Bernard Duguay. On a plutôt opté pour une solution moins technologique inspirée des théâtres d'ombres où l'on pourrait percevoir la ville un peu comme dans un rêve.»

L'hiver urbain provient de cette proposition. Recréant une ambiance de congestion, un peu comme si les spectateurs se trouvaient pris au milieu de multiples immeubles, le tableau interactif se décline en sons et en images selon les aléas des visiteurs du site.

La portion Lumière d'hiver se trouve au coin des rues Jeanne-Mance et Ste-Catherine où différentes pastilles interactives permettent de jouer avec cinq différents paramètres des éclairages comme la position, les couleurs et la fréquence stroboscopique de celles-ci. «Nous voulions recréer le sentiment que l'on a lorsque l'on passe devant un magasin de luminaires, dit Bernard Duguay. Seulement, on en donne le contrôle au public.»

Enfin, jeu d'hiver se veut une célébration des plaisirs de la saison froide. Des panneaux de lumières DEL où sont projetées des vidéos tournées avec des enfants réagissent à l'approche des spectateurs. «L'image et le son se brouillent selon leur proximité, explique Bernard Duguay. Nous avons été inspirés des DJ pour cette portion de l'exposition.»

Toute l'installation a été créée avec des moyens technologiques à la portée de tous. On peut percevoir l'aspect artisanal de l'installation qui utilise des roues de vélos et autres artifices dignes de l'époque industrielle. «C'était amusant d'utiliser ce genre de technologie, c'est une esthétique qui est appréciée des gens qui viennent voir notre installation. On dirait que l'époque industrielle relève de plus en plus de nos mémoires, de nos rêves, et ça crée un lien émotif plutôt qu'intellectuel avec la technologie. Ça fait appel à notre imaginaire collectif.» N'empêche que la technologie sans fil qui permet l'interaction est loin de provenir d'un temps passé.

Fondée en 1998, Lucion Média croit en un nouveau type d'événement où les spectateurs seront de plus en plus appelés à interagir avec les oeuvres d'art qui leur sont présentées. «C'est une perspective qui nous attire beaucoup, dit Bernard Duguay. Les spectacles et les installations deviendront de plus en plus participatifs et ce seront autant d'occasions où les gens peuvent se rencontrer et jouer ensemble. Je suis convaincu que cette forme d'art prendra de l'ampleur.»

Misant sur cette interactivité et sur leur capacité à créer des narrations à partir de leurs scénographies, Lucion Média a d'autres projets en banque, dont un avec un groupe de musique. «On est à évaluer si c'est possible, dit Bernard Duguay. Nous avons la chance d'avoir un grand théâtre à notre disposition pour faire nos expérimentations et travailler nos scénographies. C'est la façon dont nous passons nos messages; les gens ne veulent plus nécessairement lire des panneaux, mais la mise en scène peut conter une histoire.»

[Charles Prémont]

Le Lien MULTIMÉDIA
vol.17 no 03 - 20 décembre 2010

Du nouveau tous les jours
sur www.lienmultimedia.com

Maintenant disponible dans notre www.boutiquetechno.com

Guide de l'industrie WEB

les solutions
les entreprises-clés
les tendances
les métiers
les processus
les marchés

L'impact des médias sociaux sur les habitudes sociales

Selon les résultats du sondage BACARDI Together publiés récemment, les médias sociaux ont beau aider 78 % de leurs usagers canadiens à garder le contact avec leurs amis et leurs connaissances, ils ne leur permettent pas d'interagir personnellement ou individuellement. C'est pourquoi il est peu surprenant de découvrir que 69 % des Canadiens et Canadiennes estiment que nous devenons de plus en plus superficiels, et 75 % conviennent que nous perdons peu à peu nos habiletés sociales à cause des médias sociaux, étant donné que:

près de la moitié des répondants (44 %) croient qu'il est acceptable de prendre ou de faire des appels pendant qu'ils sont aux toilettes;

51 % des Canadiennes âgées de 19 à 44 ans qui utilisent les médias sociaux ne peuvent imaginer leur vie sans ceux-ci (comparativement à 37 % de l'ensemble des usagers des médias sociaux);

près d'un quart de tous les usagers canadiens de médias sociaux (23 %) consacrent entre 10 et 20 heures par semaine aux médias sociaux; et 7 % y consacrent plus de 20 heures par semaine; et

un Canadien en ligne sur cinq (21 %) estime qu'il ou elle risque l'épuisement causé par les médias sociaux.

De manière générale, il semble que ce soient les Québécois qui font preuve de la meilleure étiquette sociale - puisque moins d'un répondant sur 10 (9 %) déclare ne jamais être sans son cellulaire ou son téléphone intelligent, comparé à près d'un sur quatre (23 %) répondants des provinces de l'Atlantique.

Détails et autres chiffres: www.lienmultimedia.com

[INTERVIEW VIDÉO]

Franc Hauselmann discute d'Onyx, le moteur maison d'Ubisoft Québec

Franc Hauselmann, directeur technologique chez Ubisoft Québec, a longuement travaillé sur Onyx, un moteur accompagné d'outils de production pour créer des jeux pour tous à l'intérieur des différents studios d'Ubisoft partout dans le monde. «On remarque qu'actuellement, il y a deux principales catégories de jeux, explique Franc Hauselmann. Il y a les jeux AAA qui nécessitent de gros budgets. Ces équipes peuvent mettre des ressources dans le développement de leurs propres technologies. Du côté des jeux pour tous, les restrictions de budget et de ressources humaines sont plus importantes.»


Franc Hauselmann en vidéo, cliquez ici

Pour ces projets, Ubisoft se devait d'offrir une solution souple qui permettrait à ses studios de développer des jeux rapidement. «Le défi, dit Franc Hauselmann, c'est que chaque jeu est différent. Que l'on parle d'un jeu de musique, de 2D, d'un jeu qui se déroule sur XBLA ou Nintendo DS, ce n'est pas la même chose. Il fallait arriver avec une suite d'outils qui permettent de développer des jeux très différents à partir d'un moteur qui sert de tronc commun.»

En utilisant le langage C Sharp, les petites équipes peuvent écrire leurs outils facilement. «Le moteur peut faire tous les types de jeux, dit Franc Hauselmann. Par contre, plus on va dans des jeux spécifiques, plus il faudra développer une couche technologique particulière. Le moteur gère les affichages, la physique, le système de chargement, les caméras, etc. Nous avons une gamme d'outils complète qui permet aux développeurs de se concentrer vraiment sur le développement de leur technologie de jouabilité.»

Les clients d'Onyx font partie du groupe Ubisoft, qui rassemble plus de 6000 employés dans le monde. «Nos clients se trouvent partout, dit Franc Hauselmann. Nous en avons au Japon, au Brésil, à Milan... Nous sommes dans une quinzaine de studios et les jeux qui y sont développés fonctionnent sur les plateformes d'Apple, Microsoft, de Nintendo. On fait toutes les plateformes qui existent, même certaines qui ne sont pas encore sur le marché.»

Le service à la clientèle s'avère primordial pour cette division du studio d'Ubisoft Québec, même si ses clients font partie du même groupe. C'est que chaque studio garde la liberté de choisir quel moteur de jeu il désire utiliser, même si le choix d'Onyx est privilégié par la haute direction. «Les clients sont très contents du support que l'on offre, dit Franc Hauselmann. Nous avons une équipe qui fait des développements spécifiques pour chaque type de jeu et une équipe de support. On donne de la formation, on développe à distance...»

Les équipes doivent parfois souffrir un peu avec les développeurs d'Onyx lorsque ceux-ci développent une nouvelle technologie. «Par exemple, on vient d'arriver avec Onyx 2, explique Franc Hauselmann. Il arrive que les équipes doivent souffrir un peu avec nous, mais on fait tout pour qu'ils le sentent le moins possible. Chaque équipe qui utilise le pipeline participe à développer la ressource, un peu comme un logiciel ouvert. Ça nous permet d'avoir une grande banque de données de ressources qui peuvent être réutilisés.»

Quelques jeux créés par Onyx: Scott Pilgrim vs The World, Combat of Giants, Ghost Recon: tactics et Lapins crétins.

[Charles Prémont]

Le Lien MULTIMÉDIA est publié par

Le Groupe Électrogène inc.
4841, rue Jeanne-Mance
Montréal (Québec) H2V 4J6
info@lienmultimedia.com
www.lienmultimedia.com
Tél.: (514) 842-9445
Fax.: (514) 495-1089

Rédacteur en chef:
Steeve Laprise
slaprise@lienmultimedia.com

Journaliste
Sophie Bernard
sophie@lienmultimedia.com

Reporter:
Charles Premont
charles@lienmultimedia.com

Collaborateurs:
Marie-Hélène Brousseau,
Serge Roy, Yves Tremblay

Publicité/Marketing:
Charles-André Gaudreau
cgaudreau@lienmultimedia.com

Serge Gauvin
sgauvin@lienmultimedia.com

Abonnement pour 1 an: 199 $
50 numéros du bulletin-PDF
Le Lien MULTIMÉDIA
+ Bulletin quotidien courriel
+ 6 magazines <CONVERGENCE>
+ 1 Guide NOUVEAUX MÉDIAS
+ 1 Guide de l'industrie WEB
+ 1 Guide de l'industrie JEUX VIDÉO
+ 1 mot de passe

ENTREVUES VIDÉO:
www.lienmultimedia.com/video
plus de 400 entrevues avec des entrepreneurs et artisans de l'industrie.

OFFRES D'EMPLOI:
www.lienmultimedia.com/emploi
service d'affichage d'offres d'emploi, le plus efficace et le moins cher en ville:
seulement 75 $ par mois!
Envoyez votre annnonce à emploi@lienmultimedia.com avec les coordonnées pour la facturation et votre logo si nous ne l'avons pas en banque.

GUIDE DE L'INDUSTRIE:
www.lienmultimedia.com/guide
Près de 2000 entreprises, par catégories, régions administratives et secteurs d'activités.

C'est qui ça? / Who's Who
www.lienmultimedia.com/qui
Des bios et profils de personnes-clés de l'industrie du mulltimédia

Le Lien MULTIMÉDIA
ISSN 1923-8045

boutique TECHNO .com
livres • logiciels
magazines • guides
livres audio • DVD
Découvrez la boutique en ligne du Lien MULTIMÉDIA

Swix, un outil pour mesurer le bruit dans les médias sociaux

L'utilisation des médias sociaux pour promouvoir un film est devenue banale. Toute production qui veut faire parler d'elle a son blogue, sa page Facebook ou son compte Twitter. Cependant, ces efforts 2.0 ne servent pas à grand-chose si on ne peut pas mesurer leur impact sur le produit. On peut bien compter le nombre d'amis accumulés et les «J'aime» qu'ils cliquent sur Facebook, mais mais la compréhension de l'impact d'une campagne virale nécessite des outils plus précis. C'est ce que propose Swix, une petite entreprise d'Ottawa qui a développé un outil analytique pour les médias sociaux. Craig Fitzpatrick, vice-président produits, est venu présenter cet outil à Montréal pendant la journée Espace infusion, qui s'est déroulée en octobre dans le cadre du FNC Pro, lors du Festival du nouveau cinéma.


Craig Fitzpatrick

«Tous les médias sociaux ne performent pas de la même façon, explique Craig Fitzpatrick. Les audiences et les personnalités varient. Alors que Facebook est centré sur le moi, Twitter met de l'avant le premier répondant qui partage des découvertes et des opinions. Les conversations migrent d'un média social à l'autre, ce qui rend l'analytique plus difficile.» D'ailleurs, il rappelle qu'il existe trois sortes de médias sociaux: ceux qui visent la communauté, ceux qu'on utilise pour le marketing et ceux dont on se sert pour écouter.

Comprendre l'écosystème

Certains ne le savent pas, mais les données des différents médias sociaux sont publiques. Le problème réside dans le fait qu'elles sont éparpillées; les réunir aux fins d'analyse est chronophage. Une petite boîte de production ne possède pas nécessairement les ressources humaines pour se lancer dans la collecte de données. «Il faut choisir les mesures Web qui sont importantes pour vous, celles qui sont indicatrices de succès, conseille le vice-président produits de Swix. Pour mieux comprendre les données, il faut aussi les analyser sur une certaine période de temps. De plus, différentes activités demandent différentes mesures.»

Que doit-on mesurer?

On peut mesurer la quantité de bruit que l'on provoque dans les médias sociaux, mais aux yeux de Craig Fitzpatrick, c'est surtout la qualité de la conversation qu'il faut regarder car elle constitue un vecteur de l'engagement. «Regardez ce qui fonctionne le mieux pour vous et commencez à décortiquer, à comparer les données», conseille-t-il. Swix propose, pour le moment, deux types de service: Swix Analytics et Swix Social Marketer. Le premier permet de suivre ses propriétés dans les médias sociaux, de collecter des données sur la croissance et l'engagement, de partager des informations et d'exporter les données (pour un coût de 9 $ par mois, par campagne). Le second analyse et suit l'offre, indique le retour sur investissement et mesure la conversation (sa version bêta est disponible gratuitement).

Mesurez le bruit

«Mesurer votre marketing social vous permet de voir quelles offres vous pouvez faire à votre communauté, par exemple des concours, des contenus spéciaux ou des produits dérivés, explique Craig Fitzpatrick. Tous les médias sociaux ne performent pas de la même façon, il faut donc mesurer leur impact pour déterminer lequel nous convient le mieux.»

[Sophie Bernard]

Le Lien MULTIMÉDIA
vol.17 no 03 - 20 décembre 2010

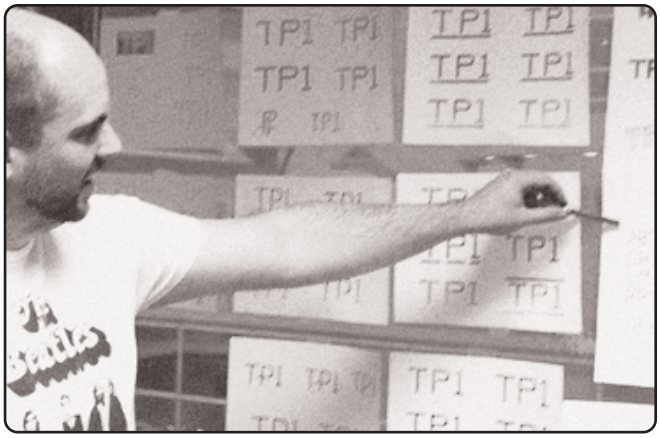
Du nouveau tous les jours
sur www.lienmultimedia.com

«convergence»
Le magazine de la culture numérique www.lienmultimedia.com/convergence
jeux vidéo . multimédia . animation . cinéma . télévision . musique électronique

Nouvelle signature et nouvelle image pour l'agence web montréalaise TP1

L'agence web montréalaise TP1 a dévoilé sa nouvelle signature, «Créateurs de liens», et sa nouvelle image à l'occasion de son cinquième anniversaire le 25 novembre dernier. Plus de 250 clients, partenaires, amis et professionnels de l'industrie ont assisté à l'événement. Fruit de plusieurs mois de travail, ce nouveau positionnement repose sur des valeurs et une vision du web axés sur la réflexion, l'engagement et la collaboration permanente avec les clients.

«L'agence a beaucoup évolué depuis cinq ans, mais, sur le marché, notre image est restée associée à la technologie. Pourtant, notre offre de service s'est bonifiée, proposant un volet marketing interactif qui intègre notamment le design et la stratégie de marque. Le moment était venu d'affirmer notre identité et de faire connaître ce en quoi nous croyons», a déclaré Jan-Nicolas Vanderveken, fondateur de TP1.



TP1 mettra dorénavant de l'avant son offre de service en marketing interactif: stratégie de marque, création de contenus multimédias et imprimés, ainsi qu'élaboration de campagnes en ligne et hors ligne.

La nouvelle image de marque

TP1 intervient au carrefour des diverses composantes d'un projet. À la fois accompagnatrice et interlocutrice, son équipe aide les entreprises à créer et entretenir un dialogue avec leurs clients.

«Notre nouvelle image reflète parfaitement nos valeurs. L'être humain et les relations que nous entretenons avec nos clients et nos collaborateurs sont au cœur de nos réflexions: c'est dans cet esprit que s'inscrit notre nouvelle signature graphique. Nous avons créé un système visuel axé sur les liens, facilement adaptable et qui est assez souple pour nous permettre de nous amuser», explique Patrick Williams, directeur de la création chez TP1.

Omniprésent dans la nouvelle image de marque, le cercle exprime une identité rassembleuse et accessible. Le logo, un plein cercle rouge contenant l'inscription TP1, impose une image forte et contemporaine malgré sa simplicité.

La carte de visite présente, de face, toutes les informations professionnelles pertinentes avec, à la place du logo traditionnel, des compositions variées, présentées dans un ensemble solide et circonscrit, qui représentent les multiples interconnexions existant entre des êtres, des systèmes ou des univers.

Enfin, l'emploi judicieux de la police de caractère «Informa», exprime l'équilibre entre l'humain et la machine, et par là même, la philosophie propre à l'agence. Notons que c'est à Patrick Griffin et Rebecca Alaccari de la fonderie torontoise Canada Type que TP1 doit cette police de caractère.

Djinix développe le Fuzz Clip, un mini-jeu Web pour la promotion des «singles» musicaux

La firme Djinix de Québec (Richard Vallerand, producteur) vient de lancer de son premier Fuzz Clip inspiré du single Satan composé par le groupe montréalais Beast. Djinix profite également de l'occasion pour lancer ce tout nouveau format de clip, un outil de mise en marché novateur pour promouvoir les singles sur le Web.

Inspirés de singles, les Fuzz Clip sont des jeux vidéo gratuits qui permettent aux groupes de musique de tirer parti du pouvoir d'attrait des jeux vidéo à des fins promotionnelles. De petite taille et offrant du contenu optimisé pour le Web, les Fuzz Clip s'échangent aisément par courriel ou par l'intermédiaire des réseaux sociaux. En misant sur les Fuzz Clip, les groupes de musique seront en mesure d'attirer de nouveaux adeptes sur leur site Web, de vendre leur musique en ligne et de publiciser leur horaire de tournée.

«Les Fuzz Clip cristallisent la convergence des industries du jeu vidéo et de la musique», a affirmé Richard Vallerand, fondateur de Djinix. «Du point de vue de la mise en marché, c'est l'équivalent contemporain des vidéoclips dans les années 80.»



On peut télécharger dès maintenant le Fuzz Clip du single Satan composé par Beast en accédant au site Web de Djinix.

Fuzz Clip de Beast

http://djinix.com/beast

Le Lien MULTIMÉDIA
vol.17 no 03 - 20 décembre 2010

Du nouveau tous les jours
sur www.lienmultimedia.com

1·2·3·Musique!
Trouvez la musique que vous cherchez
musicalimage.com

Subvention CINQ - Deuxième appel de projets

Le CINQ informe du lancement de son deuxième concours relatif aux subventions de nouveaux projets de recherche. On trouvera dans la section Appel à projets 2011 le formulaire de lettre d'intention ainsi que le guide de soumission et financement des projets de recherche. La date limite de dépôt des projets est fixée au 25 février 2011. Il est également important de noter que l'organisation à laquelle vous êtes affiliée devra être membre du CINQ. Info:Madeleine Jean (514) 848-7177 # 222.

Nominations au Conseil des ministres du Québec

Le Conseil des ministres a procédé aux nominations suivantes à sa séance du 15 décembre 2010. Geneviève Tanguay est nommée de nouveau sous-ministre adjointe au ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation. Jacques Daoust est nommé, à compter du 1er janvier 2011, membre du conseil d'administration et président-directeur général de la nouvelle société Investissement Québec. France Boucher est nommée présidente de la Régie du cinéma.

La Fondation de l'entrepreneurship du Québec lance son nouveau portail

QuiboWeb a signé la mise en ligne du site de la Fondation de l'entrepreneurship du Québec. Au cours des derniers mois, la Fondation et QuiboWeb ont travaillé en étroite collaboration pour la réalisation de ce portail riche en contenu. Le site développé avec la plateforme Open Source Drupal permet à la Fondation la gestion complète de son contenu, ses membres ainsi que sa boutique en ligne.

Le LAN pédagogique recycle des jeux pour en faire des outils d'apprentissage

Samuelle Ducrocq-Henry, professeur au Département de Création et nouveaux médias de l'UQÀT, a récemment fait l'expérience d'un nouvel espace pédagogique de son invention: le LAN pédagogique. Un LAN est un lieu où des joueurs se rassemblent pour se créer un réseau local et jouer à différents jeux. Samuelle Ducrocq-Henry a voulu utiliser le même principe et l'appliquer à des situations d'apprentissage. «Le LAN pédagogique va au-delà des a priori que nous avons envers les jeux vidéo, explique-t-elle. En fait, on s'intéresse beaucoup à la dimension du LAN en tant que contenant. Ce sont les créateurs (ou les professeurs) qui décident ce qu'ils doivent y mettre.» Le Lien MULTIMÉDIA a assisté à sa présentation.


Samuelle Ducrocq-Henry

Samuelle Ducrocq-Henry a voulu s'attaquer à un des problèmes auxquels se bute souvent le cyberapprentissage (e-learning): le décochage. «Malgré toutes ses qualités, les gens décrochent souvent lorsque ces apprentissages sont un peu plus longs, dit-elle. Avec le LAN pédagogique, on réunit plusieurs apprenants dans une même salle, ce qui favorise les rétroactions.»

En modifiant des jeux vidéo existants, sous le couvert de la loi sur le droit d'auteur qui donne la possibilité d'utiliser des fragments d'une œuvre pour l'apprentissage (fair use), Samuelle Ducrocq-Henry a créé un environnement virtuel où les futurs conducteurs pouvaient tester leurs connaissances et leurs habiletés sur la route grâce à un environnement virtuel. «Nous avons utilisé le jeu Grand Theft Auto (GTA) pour recréer un environnement de conduite, dit-elle. L'avantage de ce jeu, c'était qu'il permettait de gérer une ville complète avec ses piétons, ses cyclistes, les voitures et les policiers.»

Si le jeu a été modifié pour répondre à un scénario précis, aucune intelligence artificielle ne se trouvait derrière les mouvements des personnages et des voitures du jeu. «Tout était manipulé par des joueurs, dit-elle. Nous avions élaboré un scénario où l'apprenti conducteur devait suivre un parcours déterminé comme lors d'un examen de conduite. Sur son chemin, les autres conducteurs suivaient des tracés différents. Le tout pour permettre une simulation la plus proche de la réalité possible.»

La simulation en tant que telle n'est pas parfaite, mais Samuelle Ducrocq-Henry croit que le véritable intérêt de l'exercice ne se trouve pas dans la précision de cette dernière. «Ce qui est intéressant, ce sont les commentaires que les joueurs se font entre eux, explique-t-elle. Par exemple, si un joueur se faisait couper par un autre, il lui disait tout de suite, la rétroaction est donc immédiate ce qui aide l'apprentissage. Il y a une grande valeur ajoutée dans la présence de tous ces gens ensemble et dans leur relation lors de cette situation.»

L'intérêt de ces LAN pédagogiques est multiple. Non seulement permettent-ils de créer des simulations à faibles coûts, puisqu'ils recyclent des jeux déjà existants, mais ils peuvent aussi permettrent de travailler sur des comportements problématiques dans le cadre de thérapies, par exemple. «N'importe quel jeu peut devenir un jeu sérieux, explique Samuelle Ducrocq-Henry. Le jeu comme tel est une coquille, c'est l'usage qu'on en fait qui détermine sa fonction.»

Déjà, le LAN Pédagogique est utilisé par le SPVM qui s'en sert pour entraîner ses policiers à bien réagir dans des situations extrêmes comme les prises d'otage ou autres actions terroristes. «On a conduit des études et on s'est rendu compte que les recrues policières étaient des joueurs en grande partie, dit-elle. Nous utilisons le LAN pédagogique pour les mettre en situation et nous assurer qu'ils agissent comme ils le devraient. Leurs superviseurs peuvent facilement leur faire voir leurs erreurs pour les rendre plus efficaces.»

[Charles Prémont]

Le Lien MULTIMÉDIA emploi
Le site d'emploi des professionnels du multimédia
www.lienmultimedia.com/emploi



Ulysse, récipiendaire du prix de l'éditeur numérique au forum E-PaperWorld 2010

Les Guides de voyage Ulysse ont reçu le prix de l'éditeur numérique lors de la 3e édition du forum E-PaperWorld 2010, forum portant sur l'édition et la presse numérique, qui a eu lieu du 1er au 3 décembre à l'UQÀM. Le prix de l'éditeur numérique 2010 a été remis à Ulysse en raison de sa présence sur internet et de son offre numérique. Il vise à récompenser son excellence dans le domaine, sa notoriété, la qualité de ses services et son caractère innovant.

Le jury était composé des six personnes suivantes, issues du milieu du livre:

- Pascal Genêt, consultant, journaliste pour Livres d'ici
- Clément Laberge, vice-président, Service d'édition numérique, De Marque
- Geneviève Bernier, Association des libraires du Québec
- Ivan Carel, historien, éditeur
- Patrick Liboiron, bibliothécaire à la Ville de Montréal
- Christian Liboiron, consultant

Les Guides de voyage Ulysse proposent au total près de 250 titres numériques - guides complets et chapitres - pour consultation sur ordinateur, iPhone, iPad ou autre tablette numérique. Les guides Ulysse en format numérique, téléchargeables en fichiers PDF au www.guidesulysse.com, sont vendus autour de 75% du prix original du livre. Les chapitres de ces guides, disponibles aussi en format numérique, sont quant à eux vendus entre 0,95$ et 9,95$ chacun. Tous les livres numériques d'Ulysse sont aussi en vente sur les sites www.jelis.ca, www.livresquebecois.com et www.zone.ul.ca.

Le Fonds indépendant de production reconduit son programme de webséries en 2011

Le conseil d'administration du Fonds indépendant de production (FIP) a décidé de reconduire son programme de financement de séries dramatiques destinées à toutes les plateformes de diffusion. Le FIP croit qu'il est important de renouveler l'expérience afin de poursuivre le développement des modèles de production, de diffusion et de distribution propres au numérique. Charles Ohayon, président du FIP croit que «la créativité dans les webséries est passionnante et inspirante, et ce mode de production expérimental recèle encore quelques mystères à découvrir. Nous avons besoin de temps pour développer des modèles d'affaires, de marketing et de distribution adaptés.»

L'industrie avait réagi très favorablement à l'annonce de la création du Programme en début d'année et espèrait son renouvellement depuis. Le FIP est le seul fonds canadien à soutenir la production de contenu de fiction linéaire destiné au web. Le FIP a reçu 166 demandes de financement en 2010 et a accordé 1 162 000 $ pour la production de 11 séries, en anglais et en français, créées pour tous les âges, représentant 942 minutes de contenu de fiction ainsi que d'activités interactives et de stratégies utilisant les médias sociaux. Les budgets variaient de 300 $ à 5 000 $ la minute. Le FIP a mis en ligne WIP, une vitrine des séries qu'il a financées. Pour consulter WIP, il faut aller au http://www.ipf.ca/webseriesFIP/

Le FIP recevra les propositions de séries de fiction en ligne le 2 mars 2011. Les finalistes seront annoncés le 28 mars et ceux-ci auront jusqu'au 2 mai pour compléter leur dossier. Le Conseil d'administration choisira les récipiendaires à la mi-juin. Les projets retenus devront être créés pour le web et webdiffusés en primeur sur un site web canadien. Les critères sont disponibles sur le site du FIP à www.ipf.ca.

Depuis sa création en 1991, le FIP a investi 51 $ millions pour la production de 229 séries dramatiques, 11 webséries et 300 projets de développement professionnel. Le FIP travaille en étroite collaboration avec le Fonds Cogeco de développement d'émissions. Les séries dramatiques destinées aux diffuseurs privés sont toujours admissibles au FIP. Le conseil d'administration pourra recommander que les demandes soient évaluées par le Fonds Cogeco si les fonds du FIP s'avèrent insuffisants.

Le Fonds indépendant de production (FIP) est une fondation privée à laquelle on a accordé le statut d'entreprise philanthropique. Il utilise les revenus d'un fonds de dotation évalué à 35 millions $ ainsi que les retours sur ses investissements. Un conseil d'administration indépendant qui se compose de représentants de l'industrie veille à la bonne marche de la fondation et prend toutes les décisions d'investissement.

Le Fonds Bell recevra les demandes de développement sur une base mensuelle

Le Fonds Bell souhaite donner les outils nécessaires aux producteurs de contenus numériques pour qu'ils explorent les aspects créatifs et d'affaires de leurs nouveaux projets pendant la phase de développement. C'est dans cette optique que le conseil d'administration a augmenté le nombre de dates de dépôt de trois à douze par année.

Ces dates de dépôt régulières devraient aider les entreprises à planifier leur calendrier en fonction du développement des activités interactives conçues parallèlement au projet télévisuel. Cette initiative devrait aussi faciliter la mise en ligne des contenus interactifs auprès des auditoires au moment du lancement de l'émission de télévision. Le Fonds recevra les demandes le premier de chaque mois ou le premier jour ouvrable suivant. Le tout commençant le 1er février 2011.

Les demandes seront évaluées par des professionnels de l'industrie. Leurs recommandations seront acheminées aux membres du conseil d'administration qui prendront les décisions. Les décisions seront annoncées approximativement trois semaines après chaque date de dépôt.

Le Fonds Bell s'adapte constamment aux besoins changeants de l'industrie afin de soutenir la production multiplateforme. Le Fonds a accordé 94 $ million de dollars aux entreprises canadiennes pour le développement de 170 projets et 600 projets convergents dans les 13 dernières années. Le programme de développement est soutenu à même les intérêts générés par une dotation de 10 millions $ provenant des avantages de BCE-CTV reçue en 2001. De plus, Le Fonds de la radiodiffusion et des nouveaux médias de Bell perçoit des contributions annuelles d'environ 13 millions $ provenant de Bell TV, contributions que cette dernière verse à l'industrie à titre d'entreprise de distribution de radiodiffusion.

Le Lien MULTIMÉDIA
vol.17 no 03 - 20 décembre 2010

Du nouveau tous les jours
sur www.lienmultimedia.com

NEWmediaCanada.ca
videoGAMEScanada.ca

Identity and access management identified as a top security issue for 2011 by Forrester Research

Hitachi ID Systems, a publisher of identity and access management (IAM) solutions, confirms that our customers report the same priorities as captured in a recent Forrester report, titled "Twelve Recommendations For Your 2011 Security Strategy." The yearly report, written by Khalid Kark, outlines 12 important recommendations on security strategies for the coming year based on hundreds of client inquiries, numerous consulting engagements and dozens of primary research interviews with both CISOs and major security consultancies and service providers.

Liberals propose amendments to Conservatives' copyright bill

Liberal Leader Michael Ignatieff outlined several amendments the Liberal Party will be seeking to the Conservatives' new copyright bill C-32 to protect the rights of artists. "Bill C-32 is flawed and does not strike a proper balance, particularly in ensuring Canadian artists and creators are fairly compensated for their work," said Mr. Ignatieff.

Nokia files patent infringement complaints against Apple in the UK, Germany and the Netherlands

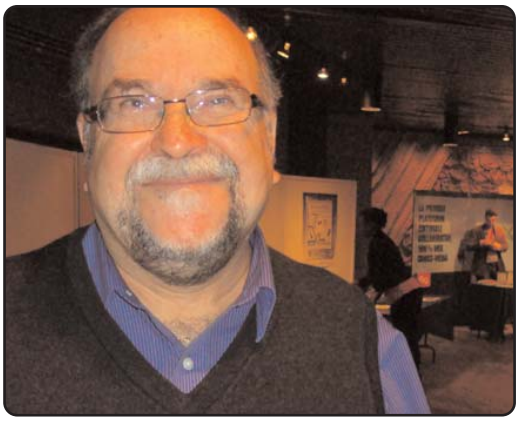
Nokia has filed claims in the UK High Court, Dusseldorf and Mannheim District Courts in Germany and the District Court of the Hague, Netherlands, alleging that Apple infringes Nokia patents in many of its products sold in these countries, including iPhone, iPad and iPod Touch.

> for complete stories, goto
ITnewslink.com

Relaxez & Récoltez
Services complets en gestion de droits
davidmurphy.ca • 514.271.1702
DAVID MURPHY ET ©IE

Ces nouvelles formes de sociabilité qui émergent des jeux en ligne

Jean-Paul Lafrance, professeur associé et fondateur du Département des communications de l'UQÀM, s'est penché sur les nouveaux espaces sociaux qui naissent des pratiques du jeu vidéo en ligne. S'étant principalement intéressé aux MMORPG, ces jeux massivement multijoueurs en ligne, Jean-Paul Lafrance en vient à la conclusion que la frontière entre la vie virtuelle et la vie réelle pour ces joueurs devient une notion de moins en moins pertinente. «Aujourd'hui, ces joueurs ont des micros pour se parler et vont souvent se rencontrer en personne, explique-t-il. Le virtuel et le réel se confondent.» Le Lien MULTIMÉDIA a assisté à sa conférence lors de l'événement e-Paper World.


Jean-Paul Lafrance

Avec le groupe de recherche Homo Ludens, Jean-Paul Lafrance s'est demandé si ces MMORPG transformaient les rapports traditionnels entre les gens. En interrogeant plus d'une quarantaine de joueurs dans le cadre d'une étude, certaines pistes théoriques plus fortes semblent se dégager. «Les pratiques comme les raids dans World of Warcraft obligent les joueurs à se rassembler pour jouer, sinon cette partie du jeu ne leur est pas accessible. Comme il s'agit de nouvelles communautés qui se construisent dans le ludisme, il y a lieu de se demander si ces activités de jeu en ligne font en sorte que les joueurs rompent avec leurs anciens groupes d'appartenance et de voir quelle importance ont ces pratiques dans l'horaire de ces personnes.»

Si ces jeux sont de nature à accrocher les joueurs, il ne faut pas nécessairement conclure que tous ceux qui y jouent le sont. «Les studios qui créent ces jeux ont tout avantage à rendre leurs joueurs le plus accrochés possible puisque leur modèle d'affaires, dans la plupart des cas un compte payable chaque mois, repose là-dessus. Cependant, il y a toutes sortes de joueurs que l'on retrouve sur ces espaces. Il y a ceux qui jouent à plusieurs jeux en même temps et qui ne peuvent passer trop de temps sur l'un d'eux, il y a des couples qui jouent ensemble et même des joueurs quasi professionnels.»

Il reste que ces jeux demandent souvent à leurs joueurs de passer plusieurs heures par semaine en ligne s'ils veulent en arriver à un certain niveau de performance. «Beaucoup de couples rompent si seulement un des deux est un joueur sérieux, explique Jean-Paul Lafrance, mais il y en a pas mal qui se forment aussi entre joueurs. C'est assez difficile d'atteindre les hautes sphères de ces jeux si notre douce moitié ne joue pas elle aussi.»

Les joueurs ayant développé une certaine dépendance envers ces jeux s'en sortent généralement, même si certains cas sont dramatiques, selon Jean-Paul Lafrance. «J'ai vu des cas tristes, avoue le professeur, mais la plupart s'en sortent. Je dirais que lorsque c'est le cas, les gens arrêtent complètement de jouer. Un peu à la manière d'un ancien alcoolique qui ne veut plus boire la moindre goutte d'alcool, de peur de retomber dans sa dépendance.»

Peut-on parler de communautés lorsque l'on désigne un groupe de joueurs? «Cela nécessite une certaine forme d'organisation sociale avec une hiérarchie et des rôles, envers laquelle les membres ont un véritable sentiment d'appartenance, explique Jean-Paul Lafrance. Je pense que lorsque l'on parle de MMO, on se réfère beaucoup à des communautés de pratique et une communauté de connaissances. Il s'agit d'une sociabilité coopérative où l'on retrouve plusieurs niveaux de joueurs, de très anciens comme des nouveaux venus. Les relations se forment sur un spectre oscillant entre la collaboration et l'exploitation.»

Certains préfèrent même s'intégrer à ces communautés sans vraiment en faire partie. «C'est une sociabilité qui ressemble à celle de gens qui fréquentent les cafés, dit Jean-Paul Lafrance. Il s'agit d'être seul tout en étant entouré de beaucoup de gens.»

Cette sociabilité s'exprime de différentes façons. Certains joueurs assument pleinement leur pratique et en parlent à qui veut bien l'entendre alors que d'autres préfèrent garder ces conversations pour les initiés. «Lorsque les joueurs évoluent dans un milieu qui comprend mal leur pratique, ils évitent souvent d'en parler, explique Jean-Paul Lafrance. Ils vont plutôt échanger avec des amis qu'ils ont dans cette communauté de joueurs et cela se traduit souvent par une occasion de se rencontrer en personne.» **[Charles Prémont]**

Le Lien MULTIMÉDIA
vol.17 no 03 - 20 décembre 2010

Du nouveau tous les jours
sur www.lienmultimedia.com

Guide de l'industrie
MULTIMÉDIA
nouveaux médias
édition 2011

PUBLICITÉ:
Charles-André Gaudreau
cgaudreau@lienmultimedia.com
(514) 266-2451



NEWmediaCanada.ca

videoGAMEScanada.ca

Mochi Media Launches First Sponsored Games From Mochi GAME Developer Fund

Mochi Media presents the first group of games sponsored by the Mochi GAME Developer Fund. The fund is responsible for more than $400,000 in total commitments to online game developers so far, and launched the first fund games.

Cyber criminals target Smartphones as malware increases by a third in 2010

2010 has seen the highest ever number of mobile malware infections aimed at Smartphone users, with the number of reports up 33 per cent on 2009 figures, according to AdaptiveMobile, a company specialized in mobile security. Taking a year-on-year view, malware engineered for the Google Android mobile platform rose most significantly, with a four-fold increase in the number of exploits identified throughout 2010 - although the total number of Android exploits is still at a low level relative to older platforms.

Avaya Invests $165M, Receives $5M Grant From Government of Ontario for Canadian Research and Development

Avaya is making investments for R&D activities at locations in Ontario. Over the next 3 years, Avaya will invest $165 M in its global R&D facilities in Ottawa and Belleville, Ontario to develop key components of Avaya's solutions for the enterprise and small to medium business markets. The Ontario government will contribute $5 million towards the initiative, which supports 350 R&D positions working on next generation Unified Communications and collaboration technologies.

> for complete stories, goto

ITnewslink.com

Le studio Massive Finger poursuit sa croissance

Studio entièrement indépendant fondé par Laurent Masherpa, Massive Finger a lancé, il y a un peu plus d'un an, le jeu Pinball Ride sur le iPhone et désormais disponible sur le iPad. L'entreprise a récemment effectué le transfert de son titre phare vers la technologie Android, un geste qui donne au studio une position avantageuse à son jeu dans ce marché en émergence. «Depuis un an, nous avons connu un bon succès, dit-il. Nous avons quelque deux millions de téléchargements de la version gratuite et l'avons aussi rendue disponible sur iPad. On continue de l'améliorer, les joueurs apprécient, et nous sommes contents d'avoir ce contact privilégié avec notre communauté de joueurs.»

Les liens avec la communauté sont au centre de la stratégie de vente de Massive Finger.



Laurent Masherpa

«Pour un studio indépendant, c'est difficile d'avoir plusieurs jeux en même temps, dit-il. On s'est plutôt concentré sur un jeu pour le réaliser dans la plus haute qualité possible. Pour y arriver, il faut penser de façon communautaire parce qu'on ne peut y arriver seul. Il faut que ça réponde aux demandes de la communauté. Nous avons fait des prototypes que nous avons retirés parce que ça ne marchait pas, mais on a investi dans les idées qu'on a eue et qui marchaient. Les joueurs l'ont remarqué.»

Cette approche itérative demande d'être ouvert à l'apprentissage s'avère payante à terme. Cette souplesse a toujours fait partie des plans de Laurent Masherpa qui y voyait un avantage concurrentiel. «Nous avons toujours pensé notre technologie pour qu'elle puisse facilement être portée vers Android, dit-il. Notre problème était de savoir si le public qui achète des jeux allait être au rendez-vous. L'objectif premier de Google était de produire et de vendre plus de téléphones qu'Apple. On avait vu cela venir et, aujourd'hui, Google tente d'améliorer son marché et c'est un bon temps pour le tester.»

Même si les jeux qu'on retrouve actuellement sur le marché d'Android sont gratuits, il y a de plus en plus de place pour les applications payantes, selon Lauren Mascherpa.

«C'était surtout dû à un système de paiement qui n'était pas disponible sur toute la planète, explique-t-il. Nous savions qu'ils allaient le changer et nous avons mis au point une version payante pour ces téléphones. Présentement, on essaie. Ça ne marche pas à 100 %, mais on sait que nous sommes dans la bonne direction.»

Selon Laurent Masherpa, comme les développeurs ont tout programmé dans le langage natif d'Apple, le transport pourrait s'avérer assez complexe.

Le jeu fonctionne plutôt bien dans un marché qui est encore un peu instable pour le jeu vidéo. «Comme c'est un jeu sur lequel on travaille depuis deux ans pour le iPhone, il est devenu, par la force des choses, très poli. Les joueurs sur Android n'en reviennent pas.

Au bout du compte, la fragmentation des appareils n'est pas un gros problème. Il y a bien quelques téléphones sur lesquels le jeu ne fonctionne pas, mais sur la plupart, le jeu est très fluide.»

En 2011, Massive Finger travaillera sur un nouveau titre, MégaPix, en collaboration avec un studio de jeu indépendant de Paris.

«C'est un jeu de tir à l'aspect très rétro, explique Laurent Masherpa. C'est un jeu peuplé de créatures de pixels qui fait appel à la nostalgie des joueurs.» La compagnie cherche aussi à recruter des programmeurs et à gérer la croissance.

[Charles Prémont]

Le Lien MULTIMÉDIA
vol.17 no 03 - 20 décembre 2010

Du nouveau tous les jours
sur www.lienmultimedia.com

400 entrevues vidéo avec des entrepreneurs et artisans du numérique



Faites-le plein d'idées! www.lienmultimedia.tv

Évasion présente sa programmation d'hiver

C'est au son de la puissante voix de Marc Hervieux (voir la vidéo) qu'Évasion a présenté sa programmation des fêtes et de l'hiver. Avec une programmation renouvelée dans une proportion de 66 % et comprenant 43 % de contenus québécois, le canal Évasion poursuit ses explorations épicuriennes, ses récits d'aventuriers et versera même dans la fiction avec une nouvelle série, Foudre, une quotidienne française qui raconte les aventures mystiques de deux jeunes gens en Nouvelle-Calédonie. «Les fictions sont rares dans notre programmation parce que nous voulons rester fidèles à notre spécialité, explique Catherine Dupont, directrice générale, division média, du Groupe Serdy. Dans Foudre, au-delà de la narration, il y avait tout l'aspect des coutumes des aborigènes australiens et les magnifiques paysages. Aussi, dans les saisons subséquentes, les héros se déplacent ailleurs et on voyage avec eux.»

Trois nouvelles productions originales prendront l'antenne d'Évasion cet hiver. À faire en Italie est animée par François-Étienne Paré, un nouvel animateur, connu pour La revanche des Nerdz à Ztélé, qui s'est rapidement senti chez lui au Canal Évasion, selon Catherine Dupont. De Dakar à Bandiagara présentera le périple de Koumba Ball, une artiste installée au Québec, à la recherche de ses racines africaines. Le skieur Simon St-Arnaud a réalisé une expédition en Alaska dans L'aventurier alpin, une expédition non sans dangers puisque, toujours selon les dires de Catherine Dupont, elle aurait donné quelques frousses à l'équipe de production...

Les plus grandes cotes d'écoute d'Évasion proviennent des émissions Soleil tout inclus, Le guide Resto Voir et Mordus de la pêche. Pour cette dernière émission, qui a été longtemps au top de la liste d'Évasion, Catherine Dupont promet de nouveaux épisodes bientôt. «On a repassé cette émission je ne sais pas combien de fois et son succès n'a jamais été démenti, dit-elle. Il y a eu des problèmes avec la production et c'est le genre d'émission qui peut prendre trois semaines de tournage pour faire un seul épisode. Pour la produire, il faut que plusieurs diffuseurs à l'international s'engagent pour rassembler le financement nécessaire.»

Le Guide Resto Voir pourrait en bénéficier pour se hisser au haut de la liste cet hiver, selon Catherine Dupont. Avec Anne-Marie Withenshaw à la barre de l'émission, sa popularité demeure très forte. Fait à noter, le premier épisode de la saison, avec Christian Bégin, se déroulera à Québec. «Je reçois des courriels de certaines personnalités qui veulent venir à l'émission, dit Anne-Marie Withenshaw. C'est toujours un plaisir de partager trois repas avec eux.»

Pour les fêtes, dès le 20 décembre, Évasion présente Les tops 10 de nos explorateurs, une série sur les coups de cœur des animateurs lors de leur tournage. Les épisodes seront diffusés du 20 au 30 décembre prochains et nous ferons connaître les meilleurs moments de Francis Reddy dans les Antilles, de Madeleine Arcand en Russie, de



Catherine Dupont



Marc Hervieux avec Anne-Marie Withenshaw et Geneviève Borne

Geneviève Borne en Inde, de Francisco Randez à Hawaï et de Claudine Prévost et Mélanie Leblanc lors de leur voyage en VR.

Pendant les fêtes, les téléspectateurs d'Évasion pourront également suivre les séries de fiction françaises Camping Paradis et Vive les vacances. De plus, tous les jours, ce sera l'occasion de voir en rafale les aventures vécues par les participants de la 3e saison de Pékin express. Une nouveauté, du lundi au vendredi, Le top du luxe, selon Forbes, est une série consacrée à la vie luxueuse et extravagante des gens riches. Enfin, Évasion présentera en rappel les Grands prix cyclistes de Québec et de Montréal, les 2 et 3 janvier à 12 h.

Accros d'aventure, la 7e saison de Rallye autour du monde vous tiendra en haleine du début à la fin, tout comme Koh-Lanta: le retour des héros, dont les participants n'imaginent pas ce que l'Amazonie leur réserve. De plus, Évasion présentera la 4e saison de Pékin express.

Amateurs de cuisine du monde, vous serez ravis de retrouver Julie Andrieu dans Fourchette et sac à dos, le chroniqueur culinaire Philippe Mollé dans Les marchés de Philippe, ou encore l'explorateur français Fred Chesnau dans Le Globe-Cooker, qui proposent tous de nouveaux épisodes de ces séries fortement appréciées.

Évasion vous fera vivre des sensations fortes avec Seul contre la nature, une nouvelle série documentaire extrême dans laquelle l'aventurier Bear Grylls nous montre comment survivre dans les endroits les plus inhospitaliers de la planète. De son côté, Gordon Ramsay fait monter la pression des candidats de la 3e saison d'Hell's Kitchen.

Enfin, pour apprécier les plus beaux paysages du monde, ne manquez pas Sur les routes d'Ushuaïa, qui vous fait découvrir les endroits les plus étonnants de la planète.

[Charles Prémont]

Le Lien MULTIMÉDIA
vol.17 no 03 - 20 décembre 2010

Du nouveau tous les jours
sur www.lienmultimedia.com

Institut Grasset
Une formation en effet visuel, ça vous intéresse ?
Composition et effets spéciaux pour vidéo numérique
mgeneau@grasset.qc.ca . www.institut-grasset.qc.ca
514.277.6063 poste 204

TFO Groupe Média fait son entrée sur YouTube

Le GroupeMédia TFO lance sa chaîne sur YouTube, laquelle regroupe les quatre émissions maison suivantes: RelieF, Volt, Megallô et MiniTFO sur youtube.com/TFOGroupeMedia.

«Nous sommes très fiers d'annoncer la présence de TFO sur YouTube. Nous devons multiplier nos offres de contenus sur différentes plateformes afin de demeurer compétitifs dans un environnement plurimédia en constante évolution. Ainsi, nous assurons la proximité avec notre public et un rayonnement au-delà des limites de la chaîne télé TFO traditionnelle», a dit Glenn O'Farrell, président et chef de la direction du GroupeMédia TFO.

RelieF, l'émission d'affaires publiques, animée par Gisèle Quenneville est diffusée du lundi au vendredi à 19 h et disponible sur relief.tv. Volt, l'émission des 13-19 ans, sur tout et n'importe quoi, disponible aussi sur tfo.org/volt est préparée par nos animateurs délirants, Nadia, David, Fabienne, Yamil et Christopher. Megallô, l'émission préférée des 6-12 ans, remplie de folie est animée par Sandy, Caroline et Sébastien. Les jeunes peuvent jouer à des jeux en direct, voir des sketchs et gagner de super prix sur megallo.tv! Marianne et Dino de Mini TFO, la destination préférée des parents et des enfants, accompagnent les enfants tout au long de la programmation des tout-petits, dès 6 h tous les matins à la télé et sur tfo.org/mini.

Le GroupeMédia TFO est reconnu comme producteur et distributeur de contenus plurimédias éducatifs et culturels. TFO offre des contenus qui s'adressent aux francophones et aux francophiles d'ici et d'ailleurs. Du cinéma aux documentaires, en passant par une programmation enfance, ludique et éducative, TFO est une destination unique à ne pas manquer!

[INTERVIEW VIDÉO]

Loop Loop: la longue boucle de Patrick Bergeron

Patrick Bergeron, vidéaste et artiste en effets spéciaux, a présenté Loop Loop, un film d'animation documentaire créé à partir de photos, aux derniers Sommets de l'Animation de Montréal. «C'est un film qui part d'une source vidéo retravaillée image par image pour créer ce court métrage de cinq minutes, qui est en boucle! C'est mon premier projet, à la fois film et installation vidéo, qui a commencé par une séquence de trente secondes dans un train au Vietnam. Ce plan, je l'ai écouté et réécouté et, comme l'image n'était pas en mouvement, j'ai eu l'idée de prendre ces trente secondes de film et d'en faire une seule, et très longue, image.» Le Lien MULTIMÉDIA a rencontré l'artiste.

Il en résulte un grand tableau panoramique de tout ce qui avait été perçu par la caméra de Patrick Bergeron lors de ces trente secondes de train. «Si j'imprimais cette image, elle ferait 65 mètres de long, dit-il. À partir de cette image, j'ai fait des tests de mouvement pour en faire de petits segments. Au départ, j'ai fait de petits essais de trente secondes et je les ai montés ensemble. Certaines idées en sont émergées et j'ai ajouté des images en mouvement sur cette longue image fixe pour créer le film.»


Loop Loop

À plusieurs endroits dans Loop Loop, on voit l'image se diviser en plusieurs pistes, une nécessité due à la longueur de l'image elle-même. «Elle est tellement longue que je l'ai divisée dans l'écran de manière à ce que si on regarde la fin d'une piste, il s'agisse en fait du début de l'autre, explique Patrick Bergeron. C'était le moyen le plus simple pour représenter l'image. Comme je voulais être en mesure de l'imprimer, je me suis programmé un logiciel qui me permet de calculer les paramètres de la photo selon les dimensions que je veux lui donner. J'ai simplement repris cela pour l'animer afin de créer le film.»

Loop Loop est en fin de carrière puisque, depuis 2008, le film a voyagé dans plus de soixante pays, ayant été présenté dans environ 175 festivals. C'est Patrick Bergeron lui-même qui a géré cette distribution. «Je suis content du succès du film parce qu'il n'est pas catégorisable. C'est un hybride qui lui permet d'être présenté dans beaucoup d'événements différents.»


Patrick Bergeron en vidéo, cliquez ici

Le succès n'a pas été instantané pour Loop Loop qui a eu la chance de pouvoir compter sur une communauté numérique pour prendre sa place dans les festivals. «C'est bien parce que j'avais un peu abandonné l'idée de le distribuer. J'avais essayé ici à Montréal et ça n'a pas marché, mais en le versant sur Viméo, une communauté qui s'est formée et a commenté la vidéo. En même temps, j'avais relancé un festival en Espagne qui avait accepté mon film et, de là, ça s'est mis à débouler.»

Le style d'animation documentaire de Patrick Bergeron est né un peu par hasard lors d'un voyage en Asie. «Je venais de m'acheter une caméra avant de partir pour six mois et, un peu à la manière d'un documentariste, j'ai filmé de petites choses tous les jours, dit Patrick Bergeron. J'en suis revenu avec 46 cassettes. Je les ai beaucoup regardées, ces images, et je m'arrête souvent sur un petit clip que je trouve comique que je mets parfois sur YouTube.» Une vidéo en particulier, celle d'un paysan vietnamien sur un tracteur, a connu énormément de succès sur le Web.

Cette vidéo représente tout de même un cas d'exception. Normalement, Patrick Bergeron travaille avec ces vidéos qu'il met en boucle, s'intéressant à l'image, mais aussi au son qui en émerge. «Je suis aussi musicien et ça fait partie de mes prochains projets qui seront basés sur des boucles sonores, dit-il. Il s'agit de faire de la composition sonore, mais accompagnée de l'image d'où ce son provient.» **[Charles Prémont]**

Le Lien MULTIMÉDIA
vol.17 no 03 - 20 décembre 2010

Du nouveau tous les jours
sur www.lienmultimedia.com

PERSPECTIVE
COMMUNICATION • MARKETING

Des **strategies** de
marketing efficaces

www.perspective-cm.com

Appel de projets: Falardeau: grand parleur, grand faiseur de vues!

Les Rendez-vous du cinéma québécois invitent cinéphiles et créateurs à revisiter l'œuvre de Pierre Falardeau en soumettant un court-métrage d'une durée maximale de 3 minutes qui rend hommage au cinéma de ce libre-penseur et franc-parleur. Suscitant admiration ou controverse, Pierre Falardeau a marqué le Québec par sa poésie, son cinéma et son militantisme. Cinéaste engagé et indépendantiste, il a rêvé d'un pays qu'il a dépeint dans toutes ses œuvres. La 29e édition du Festival des Rendez-vous du cinéma québécois souhaite saluer ce grand créateur et honorer l'œuvre qu'il a léguée au cinéma québécois.

Saisissez cette occasion pour vous exprimer librement «à la manière de Falardeau» ou sous l'inspiration de ce personnage flamboyant, contestataire et porte-étendard de notre culture. Les meilleurs œuvres reçues seront projetées à l'occasion d'une soirée spéciale dans le cadre de la 29e édition du festival qui se tiendra du 16 au 27 février 2011. Les meilleures œuvres participantes seront également diffusées sur le site web des Rendez- vous du cinéma québécois

Durée: 3 minutes. Specs vidéo: Grandeur maximale du fichier: 100mb. Formats de fichier acceptés: flv, mov, mp4 et mpg . Codecs vidéo acceptés: H.264, Sorenson Spark, On2 VP6. Codecs audio acceptés: ADPCM, MP3, HE-AAC (MPEG-4 Part 3). Format du visionneur: 16:9 (800x450)

Date limite pour soumettre les œuvres: 1er février.
Les œuvres doivent être envoyées avec le libellé suivant:
Falardeau: grand parleur, grand faiseur de vues!
1680, rue Ontario Est
Montréal (QC) H2L 1S7

Falardeau, Le Film - Un homme et sa liberté

Carmen Garcia et German Gutierrez ont co-réalisé Falardeau, Le Film, un documentaire qui passe en revue, à partir d'archives et de témoignages, la vie et la pensée du cinéaste qui a fait de l'indépendance du Québec le combat d'une vie. Le film, qui a reçu un accueil chaleureux lors du dernier FNC, sortira au cinéma Beaubien le 22 décembre prochain.

La Québécoise d'origine espagnole Carmen Garcia, installée ici depuis les années 70, a d'abord travaillé dans les mondes de l'édition et du journalisme avant de se lancer dans le cinéma documentaire, où elle œuvre depuis une trentaine d'années comme scénariste, réalisatrice et productrice. En 1988, elle a fondé avec German Gutierrez, son plus proche collaborateur jusqu'à aujourd'hui, les Productions du Système D, devenues Argus Films en 1991.

Après avoir suspendu les activités chez Argus pour travailler à l'ONF et sur d'autres productions, Carmen Garcia a réactivé la boîte en 2002. Au cours des dernières années, les documentaires qui y ont été produits comme Qui a tiré sur mon frère (G.Gutierrez, 2006) et L'Affaire Coca-Cola (G.Gutierrez, 2009), portent toujours sur des individus engagés dans un combat social. Falardeau, Le Film, comme l'exprime ici la coréalisatrice, s'inscrit dans cette continuité: «On s'intéresse dans nos films depuis un moment à des gens qui prennent la parole et qui agissent. La liberté de parole que se donnait Pierre Falardeau, le fait d'avoir un combat qu'il a mené envers et contre tous, ça nous intéressait. Ces types de gens sont indispensables dans la société.»



Falardeau: sa conjointe Manon Leriche, ses amis Luc Picard et Francis Simard, et sa productrice Bernadette Payeur. Falardeau, Le Film, en présentant un amalgame équilibré d'extraits d'oeuvres, de tournages récents et d'entrevues réalisées entre les années 70 et aujourd'hui, témoigne avec sobriété, humour et humanité de la pensée d'un cinéaste qui, au-delà de son sens de la polémique, tentait d'exprimer une passion ardente pour la liberté collective.



Carmen Garcia en vidéo, cliquez ici

C'est German Gutierrez qui a eu l'idée de réaliser un film sur Pierre Falardeau. L'équipe a tourné en compagnie du cinéaste avant que celui-ci ne tombe gravement malade, et projetait de l'accompagner lors de ses prochaines randonnées en montagne, question de montrer à l'écran une facette de l'homme méconnue du public. Mais comme la maladie a rapidement fait son chemin, German Gutierrez a entrepris un travail de recherche d'images d'archives pour poser les bases du documentaire.

Carmen Garcia et German Gutierrez ont ensuite recueilli les témoignages de quatre complices de

Pour Carmen Garcia, cette rencontre cinématographique avec Pierre Falardeau permet d'alimenter une réflexion sur la question: «Falardeau dit: Finalement, la liberté passe avant toute chose. La survie des peuples dépend de leur liberté. C'est drôle, je pense qu'on ne voit pas le Québec autant que lui le voit comme un pays colonisé. On associe pays colonisé à pays pauvre. Je crois que dans la mesure où on n'est pas complètement libre de notre avenir, on demeure colonisé. Il a raison, d'une certaine façon et je trouve intéressant d'y réfléchir...»

[Marie-Hélène Brousseau]

Le Lien MULTIMÉDIA
vol.17 no 03 - 20 décembre 2010

Du nouveau tous les jours
sur www.lienmultimedia.com



300 pages - 2000 entreprises

Pour commander des copies supplémentaires, rendez-vous dans notre boutique en ligne à www.lienmultimedia.com/boutique

1 exemplaire pour 25 $
3 exemplaires pour 50 $
5 exemplaires pour 75 $

CALENDRIER

Détails et autres événements:
www.lienmultimedia.com/calendrier

Le 26 décembre 2010 - 20 h
DJ XL5's Christmas Zappin Party
Tout ce que Noël ne devrait pas être
Théâtre Plaza (6505, St-Hubert, Montréal) 15 $ / 10 $ pour ceux qui offriront des denrées alimentaires non périssables.

Du 20 au 21 janvier 2011
GameON Finances
Conférence à l'intention des dirigeants d'entreprises en jeux
vidéo et des professionnels du financement.
Lieu : Toronto
Entre 489 $ et 874 $
www.gameonfinance.com

Du 1 au 2 février 2011
Camp d'entraînement sur les médias sociaux pour professionnels
Espace de rencontre qui permettra d'améliorer ses connaissances, l'usage et les risques juridiques liés aux médias sociaux.
Lieu: Hôtel Hyatt Regency, Montréal
www.InstitutCanadien.com

Du 16 au 27 février 2011
Rendez-vous du cinéma québécois
Vitrine exceptionnelle du cinéma québécois, rendez-vous festif et branché, reflet de notre identité, le Festival des Rendez-vous du cinéma québécois, est un événement incontournable pour les professionnels du milieu comme pour le grand public, qui se rassemblent pour célébrer notre cinématographie
www.rvcq.com

Du 17 au 19 février 2011
Congrès: Vision PDG
Sommet annuel exclusif aux PDG d'entreprises de TIC du Québec sous le thème «Votre entreprise en mode croissance: défis et perspectives».
Lieu: Fairmont Tremblant
Prix: 2 650 $ (2100 $ pour les membres de l'AQT avant le 31 décembre 2010)
www.ceovisionpdg.org

[INTERVIEW VIDÉO]

Nicolas Brault présente son cirque

Animateur à l'ONF, Nicolas Brault a présenté son nouveau film Le cirque, résultat d'une résidence à Folimage, une compagnie de production française se trouvant dans les environs de Lyon, aux 9e Sommets de l'animation de Montréal. Après sept mois devant les planches à dessin, l'animateur a réalisé son quatrième film. «La base du projet vient d'un drame personnel, la mort de ma mère lors de la crise du verglas en 1998, un sujet qui se retrouve souvent dans mes films, dit Nicolas Brault. C'est, par contre, la première fois que je l'aborde de front.» Le Lien MULTIMÉDIA a rencontré l'animateur.



Le cirque a été l'occasion pour Nicolas Brault d'essayer une nouvelle technique d'animation. Utilisant la rotoscopie, une animation qui se crée à partir du jeu d'acteurs vivants, Nicolas Brault a adopté cette méthode pour donner du réalisme à son film. «Je voulais garder les êtres vivants, je trouvais que ça servait le propos de l'animation, dit-il. Normalement, en rotoscopie, on dessine sur des prises mettant en scène des acteurs vivants pour ensuite retirer cette couche, mais pour Le cirque, j'ai plutôt opté pour un monde hybride où je garde les deux mondes.» Les dessins sont au fusain.

Le projet a été tourné sur trois jours avec des acteurs de théâtre et de cirque, une première expérience de ce genre pour Nicolas Brault. «Nous avons travaillé avec des écrans verts, explique-t-il. J'ai recomposé une scène, un huis clos qui se déroule dans une salle d'attente d'hôpital. Ç'a été une belle aventure. Je l'avais déjà fait auparavant, mais pas sur un plateau professionnel où je devais prendre des décisions rapidement. Ça m'a beaucoup plu.»


Nicolas Brault en vidéo, cliquez ici

Comme il vient du monde de l'animation, Nicolas Brault a dû apprendre certains codes de la production en prises réelles. «Lorsque j'ai appris l'animation, je dessinais déjà depuis un certain temps et je faisais du design graphique, alors j'avais déjà quelques outils en poche, dit-il. Avec le cinéma, c'est toute autre chose et il y a beaucoup d'aspects techniques à voir, mais il suffit d'être bien entouré.»

Nicolas Brault a utilisé différentes techniques d'animation à pratiquement chacun de ses films d'animation; des expériences qui le font avancer dans son art selon lui. «Au départ, je ne m'intéressais qu'au mouvement, dit-il. C'est pourquoi je voulais utiliser une technique assez simple. Après, j'ai voulu approcher les textures et l'aspect tactile de l'animation et c'est pourquoi, avec mon film Hungu, j'ai opté pour l'animation avec le sable. Avec Le cirque, j'avais envie de voir si j'étais toujours capable de dessiner et puis c'était chouette de prendre sept mois pour ne faire pratiquement que ça.»

Hungu a été le premier film de Nicolas Brault qui a connu un grand succès sur le Web. «C'est là que je me suis rendu compte de la force de cet outil de diffusion, explique-t-il. L'ONF a mis le film sur YouTube et il a été vu plus de 600 000 fois, un chiffre tellement gros que je ne sais pas ce qu'il signifie. Ça m'a surpris. Les commentaires vont tellement dans toutes les directions que je ne sais pas encore quoi en penser. Quoi qu'il en soit, je pense que c'est bien parce que les courts métrages ne sont pas assez vus et c'est une bonne façon de faire.»

Pour ses prochains projets, Nicolas Brault aimerait bien continuer à travailler avec des artistes de la scène, mais peut-être plus dans une perspective de performance.

[Charles Prémont]